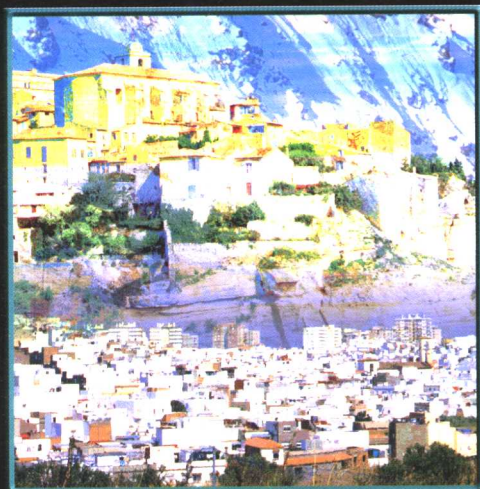


大眾文化理論

陸揚◎著

孟樊◎策劃



Popular Culture
Theories

文化手邊冊 59

大眾文化理論

Popular Culture Theories

陸 揚／著

孟 樊／策劃

大眾文化理論

作 者／陸揚

出 版 者／揚智文化事業股份有限公司

發 行 人／葉忠賢

總 編 輯／林新倫

執行編輯／蔡佳惠

登 記 證／局版北市業字第1117號

地 址／台北市新生南路三段88號5樓之6

電 話／(02)2366-0309

傳 真／(02)2366-0310

網 址／<http://www.ycrc.com.tw>

E - m a i l／book3@ycrc.com.tw

I S B N／957-818-433-6

印 刷／偉勵彩色印刷股份有限公司

法律顧問／北辰著作權事務所 蕭雄淋律師

初版一刷／2002年11月

定 價／新台幣150元

· 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換 ·

出版緣起

社會如同個人，個人的知識涵養如何，正可以表現出他有多少的「文化水平」（大陸的用語）；同理，一個社會到底擁有多少「文化水平」，亦可以從它的組成分子的知識能力上窺知。眾所皆知，經濟蓬勃發展，物價生活改善，並不必然意味著這樣的社會在「文化水平」上也跟著成比例的水漲船高，以台灣社會目前在這方面的表現上來看，就是這種說法的最佳實例，正因為如此，才令有識之士憂心。

這便是我們——特別是站在一個出版者的立場——所要擔憂的問題：「經濟的富裕是否也使台灣人民的知識能力隨之提昇了？」答案

恐怕是不太樂觀的。正因為如此，像《文化手邊冊》這樣的叢書才值得出版，也應該受到重視。蓋一個社會的「文化水平」既然可以從其成員的知識能力（廣而言之，還包括文藝涵養）上測知，而決定社會成員的知識能力及文藝涵養兩項至為重要的因素，厥為成員亦即民眾的閱讀習慣以及出版（書報雜誌）的質與量，這兩項因素雖互為影響，但顯然後者實居主動的角色，換言之，一個社會的出版事業發達與否，以及它在出版質量上的成績如何，間接影響到它的「文化水平」的表現。

那麼我們要繼續追問的是：我們的出版業究竟繳出了什麼樣的成績單？以圖書出版來講，我們到底出版了那些書？這個問題的答案恐怕如前一樣也不怎麼樂觀。近年來的圖書出版業，受到市場的影響，逐利風氣甚盛，出版量雖然年年爬昇，但出版的品質卻令人操心；有鑑於此，一些出版同業為了改善出版圖書的品質，進而提昇國人的知識能力，近幾年內前後也陸陸續續推出不少性屬「硬調」的理論叢

書。

這些理論叢書的出現，配合國內日益改革與開放的步調，的確令人一新耳目，亦有助於讀書風氣的改善。然而，細察這些「硬調」書籍的出版與流傳，其中存在著不少問題。首先，這些書絕大多數都屬「舶來品」，不是從歐美「進口」，便是自日本飄洋過海而來，換言之，這些書多半是西書的譯著。其次，這些書亦多屬「大部頭」著作，雖是經典名著，長篇累牘，則難以卒睹。由於不是國人的著作的關係，便會產生下列三種狀況：其一，譯筆式的行文，讀來頗有不暢之感，增加瞭解上的難度；其二，書中闡述的內容，來自於不同的歷史與文化背景，如果國人對西方（日本）的背景知識不夠的話，也會使閱讀的困難度增加不少；其三，書的選題不盡然切合本地讀者的需要，自然也難以引起適度的關注。至於長篇累牘的「大部頭」著作，則嚇走了原本有心一讀的讀者，更不適合作為提升國人知識能力的敲門磚。

基於此故，始有《文化手邊冊》叢書出版之議，希望藉此叢書的出版，能提昇國人的知識能力，並改善淺薄的讀書風氣，而其初衷即針對上述諸項缺失而發，一來這些書文字精簡扼要，每本約在六至七萬字之間，不對一般讀者形成龐大的閱讀壓力，期能以言簡意賅的寫作方式，提綱挈領地將一門知識、一種概念或某一現象（運動）介紹給國人，打開知識進階的大門；二來叢書的選題乃依據國人的需要而設計，切合本地讀者的胃口，也兼顧到中西不同背景的差異；三來這些書原則上均由本國學者專家親自執筆，可避免譯筆的詰屈聱牙，文字通曉流暢，可讀性高。更因為它以手冊型的小開本方式推出，便於攜帶，可當案頭書讀，可當床頭書看，亦可隨手攜帶瀏覽。從另一方面看，《文化手邊冊》可以視為某類型的專業辭典或百科全書式的分冊導讀。

我們不諱言這套集結國人心血結晶的叢書本身所具備的使命感，企盼不管是有意還是無心的讀者，都能來「一親她的芳澤」，進而藉

此提昇台灣社會的「文化水平」，在經濟長足發展之餘，在生活條件改善之餘，國民所得逐日上昇之餘，能因國人「文化水平」的提昇，而洗雪洋人對我們「富裕的貧窮」及「貪婪之島」之譏。無論如何，《文化手邊冊》是屬於你和我的。

孟樊

一九九三年二月於台北



陸揚

男，一九五三年生於上海市。一九八五年廣西師大世界文學碩士畢業，一九九〇年復旦大學文藝學博士畢業，先後任職於廣西師大中文系、華中師大文學院、上海社會科學院哲學研究所，現為南開大學哲學系教授、博士研究生導師。曾先後在美國Augustana學院、法國巴黎高等師範學院哲學系做訪問學者。研究領域被及美學、西方哲學、文學和文化批評。著作主要有：《德希達：解構之維》、《中西死亡美學》、《精神分析文論》、《中世紀文藝復興美學史》、《歐洲中世紀詩學》、《大眾文化與傳媒》（陸揚、王毅著）、《德希達與傅柯》等。譯著主要有《論解構》、《呼嘯山莊》及《大眾文化研究》（陸揚、王毅選編）等。

者

簡

介

文

- ①通俗文學
- ②晚期馬克思主義
- ③白色恐怖
- ④新保守主義
- ⑤新儒家
- ⑥新加坡學
- ⑦旅遊新思維
- ⑧新左派
- ⑨解構理論
- ⑩新歷史主義
- ⑪對話理論
- ⑫中國大陸學
- ⑬性革命

化

- ⑭女性主義
- ⑮生態文化
- ⑯消費文化理論
- ⑰廣告文化
- ⑱後現代建築
- ⑲新國家主義
- ⑳後結構主義
- ㉑後佛洛伊德主義
- ㉒同性戀美學
- ㉓女性電影理論
- ㉔後現代政治意識
- ㉕社會發展理論
- ㉖文化工業
- ㉗中共研究方法論

手

- ㉘地方派系
- ㉙非暴力鬥爭
- ㉚物理詩學
- ㉛神秘詩學
- ㉜讀者反應理論
- ㉝多向文學
- ㉞香港文學
- ㉟文化民族主義
- ㊱新制度主義
- ㊲後現代科學
- ㊳實驗劇場
- ㊴體育文化
- ㊵影視化學
- ㊶電視文化理論
- ㊷排除學
- ㊸年鑑學
- ㊹大法

邊

- ㊺消費者政治學
- ㊻後現代主義
- ㊼社群主義
- ㊽後殖民主義
- ㊾文化研究學
- ㊿新烏托邦主義
- ①太極詩學
- ②後自由主義
- ③武俠文化
- ④國民民主權
- ⑤市民社會
- ⑥心理史學
- ⑦後馬克思主義

冊

- 鄭明剛◎著
- 李英明◎著
- 藍博洲◎著
- 李連江◎著
- 宋德宣◎著
- 洪謙德◎著
- 李憲章◎著
- 陳學明◎著
- 楊大春◎著
- 盛寧◎著
- 滕守堯◎著
- 李英明◎著
- 陳學明◎著
- 王逢振◎著
- 王勤田◎著
- 陳坤宏◎著
- 孫秀蕙◎著
- 老俄◎著
- 郭洪紀◎著
- 楊大春◎著
- 張國清◎著
- 茅鋒◎著
- 李臺芳◎著
- 鄭祥福◎著
- 曹玉文◎著
- 陳學明◎著
- 李英明◎著
- 施威全◎著
- 李方◎著
- 劉魁◎著
- 毛峰◎著
- 龍協濤◎著
- 鄭明萱◎著
- 李英明◎著
- 郭洪紀◎著
- 王躍生◎著
- 劉魁◎著
- 曹小容◎著
- 易劍東◎著
- 張廣智◎著
- 馬傑偉◎著
- 葉永文◎著
- 張廣智·陳新◎著
- 陳俊榮◎著
- 楊鳳春◎著
- 鄭祥福◎著
- 應奇◎著
- 陶東風◎著
- 王逢振◎著
- 張雙利·陳祥勤◎著
- 陳岸瑛·陸丁◎著
- 劉介民◎著
- 應奇◎著
- 易劍東◎著
- 王志宏◎著
- 鄧正來◎著
- 張廣智·周兵◎著
- 曾枝盛◎著

馮建三·

張廣智·

張雙利·

陳岸瑛·

張廣智·

目 錄

出版緣起 i

緒 論 1

第一章 文化與大眾文化 11

第一節 什麼是文化？ 11

第二節 什麼是大眾文化？ 27

第二章 大眾文化理論變遷 41

第一節 李維斯主義和大眾文化批判 41

第二節 從羅蘭·巴特到伯明罕中心 55

第三節 質疑大眾文化批判理論 65

第三章 法蘭克福學派批判理論	79
第一節 法蘭克福學派文化工業批判	79
第二節 阿多諾的音樂理論	90
第三節 班傑明的不同聲音	97
第四節 對文化工業理論的反思	102
第四章 霸權理論與大眾文化	113
第一節 葛蘭西的霸權理論	113
第二節 從霸權角度看大眾文化	127
第五章 電視和大眾文化	139
第一節 電視和大眾文化	139
第二節 霍爾論製碼 / 解碼	158
第三節 《朱門恩怨》與大眾文化意識形態	169
參考書目	191

緒論

英文中的mass culture和popular culture中文都譯「大眾文化」，但是兩者可以說是完全不同的概念，此「大眾」和彼「大眾」相差不可道計。就早期的大眾文化mass culture而言，這個術語的流行是在一九三〇至一九五〇年代的文化批判思潮之中，具有明白無誤的貶義色彩。但是時至今日，除了回顧歷史，mass culture事實上已經是一個被人忘卻的概念。今天我們所說的大眾文化，無一例外是指popular culture。popular的意思是of people。當年伯明罕文化研究中心的中堅人物雷蒙·威廉斯，在他題為〈出版業和大眾文化〉的文章中，就區分過「大眾」(popular)一詞的三層意義：

第一是「為民眾」，這是這個詞激進的傳統意義，如憲章運動時期和二十世紀工黨運動時的報紙。第二是反抗權威的大眾欣賞趣味：犯罪、醜聞、羅曼史和體育。第三是依賴市場。要之，大眾文化就是民有、民享，為民喜聞樂見的文化。伯明罕中心的第二任主任斯圖亞特·霍爾（S. Hall），在他〈解構「大眾」筆記〉一文中，也逐次分析過大眾文化的不同定義。首先，大眾文化具有市場或者說商業性質，因為大量人群在聽它們、買它們、讀它們、消費它們，而且似乎也在盡情享受它們。其次，大眾文化接近大眾概念的「人類學」定義：它是「大眾」的文化、社會習慣、風俗和民風。最後也是霍爾本人看好的定義：用關係、影響、抗衡等等綿延不斷的張力來界定「大眾文化」，集中探討大眾文化與統治文化之間的關係。

早期的大眾文化是一個四面不討好的靶。它為舊式的民主派不容，因為它鵲巢鳩佔，搶奪了「民間文化」的領地，而民間文化被認為

是在人民群眾之中自生自發的，與自上而下，庸俗低劣的大眾文化不可同日而語。它為傳統派所厭惡，因為它衝擊了「高雅」的藝術和「高雅文化」。它同樣不討左派的歡心，因為它是資本主義罪惡機器的幫兇，是麻痺大眾，消磨大眾意志的毒品，使大眾無以清醒認識到自己在資本主義社會中的真實地位。進而視之，大眾文化還是「大眾社會」(mass society)的必然產物。後者作為工業化的結果，被認為是抹殺個性、推廣平庸，導致趣味、習慣、觀念甚至行為千篇一律；而個人的差異，社會階級的差異，大有給一筆勾銷的趨勢。大眾社會的特徵是龐大的官僚機構、強大的傳媒、追求大一統，說到底是平庸和異化。法蘭克福學派對大眾文化的批判，正是奠基在對大眾社會的這一認知上面。

但是大眾文化早已成了我們今天格外風光的產業，不但帶來滾滾商業利潤，就是在它的精神內涵方面，也早已挺直了腰桿，不但揚眉吐氣敢於向對它壓迫已久的高雅文化宣戰，而

且差不多反客為主，一躍成了背後有政府大力推動的主流文化。這在全球化之風一路勁吹的今天，於中國於西方並沒有太大的差別。關於大眾文化的研究，在葛蘭西（Antonio Gramsci）霸權（hegemony）理論流行之前，曾經是文化主義和結構主義的兩分天下。在結構主義的視野中，大眾文化經常被視為一種「意識形態機器」，其炮製儼如法律的規則，專橫統治大眾的思想，一如索緒爾（F. de Saussure）專橫統治具體言語行為的「語言」總系統。文化主義則是相反，讚揚大眾文化是真實表達了社會受支配階級的興趣和價值觀。進而視之，大眾文化的結構主義研究似乎是集中見於電影、電視和通俗文學，文化主義則趨向於在歷史和社會學內部獨霸天下，特別是關涉到工人階級「生活方式」的研究，諸如體育、青年次文化一類。這樣兩分下來當然沒有什麼好的結果。葛蘭西的霸權理論，事實上也就成了當時卓見成效的一種解決辦法。在把對抗階級的文化因素接納進來以後，一個結果便是「資產階級文

化」將不再是資產階級的專利，大眾文化更像是統治階級和被統治階級的抗爭和談判場所了。

但葛蘭西的霸權理論並不是屢試不爽的靈丹妙藥。不說別的，光是諸如電視電影、流行音樂、生活文化以及通俗文學等等的分析和研究，就都各個牽制到不同領域獨特的、具體的技術和理論問題，用布爾迪厄的話說，絕不是迷醉於泛泛的「宏大敘述」(grand narrative)，卻不想到廚房裏弄髒雙手的傲慢作風可以解決。不妨舉個例子，北美女學者安·芭·斯尼陶(Ann Bar Snitow)〈大眾市場的羅曼史〉一文中對「禾林小說」的分析。禾林小說是一種從一九五八年開始啓步，一九七〇年代風靡北美的婦女浪漫小說，由多倫多的禾林出版公司出版。雖然作者各個不同，題材也各個不同，但是有一點相同，這就是作者一律是女性，讀者想必也全是女性。據統計迄今為止，已經有超過一百位婦女作家給禾林出版公司寫過此類小說。禾林小說結構精巧，但是大都不離此一